Numéro 7 / Novembre - Décembre 2013 / www.maghreb-digital.com / 20 DH

Maghreb Digital

Pourquoi la révolution digitale pose tant de problèmes aux entreprises ?

Comstor, distributeur global de Cisco, lorgne le marché du Maghreb

Lancer et réussir son projet e-commerce : mode d'emploi

Sécurité poste client : parent pauvre des budgets sécurité

Offshoring : une nouvelle feuille de route pour 2019

Quel avenir pour les DSI au Maroc?

Les services de la téléphonie Mobile : une menace pour les banques ?

ilem group

"dedicated to your success"

Genève

Casablanca

Lausanne

Lyon

www.ilemgroup.com

L'année 2014 : virage numérique .ma ?

Rachid JANKARI
Directeur de la publication
rachid@jankari-consulting.com

L'année 2014, sera-t-elle celle du virage numérique par excellence? Le nouveau ministre en charge du commerce, de l'industrie et de l'économie numérique et le futur président de l'Apebi seront à l'épreuve. Et pour cause, le Maroc doit mettre à jour sa feuille de route sectorielle après l'arrivée à échéance de la stratégie de Maroc Numeric 2013.
Jusqu'à présent, c'est la navigation à vue, surtout que le débat s'est focalisé sur le bilan de cette politique publique au détriment de l'exploration de l'avenir et du possible.

L'année 2014, est aussi celle de la mise à jour du dispositif incitatif pour le secteur offshoring qui pèse 8 milliards de DH en 2012 et emploie 57 mille personnes. La révision de l'offre de valeur dans ce secteur s'impose, notamment, sous l'effet de la conjoncture internationale et la baisse d'activité des clients européens, en particulier les français qui restent les premiers donneurs d'ordre. Pour preuve, le secteur a connu un net ralentissement tout au long de l'année 2013, après une décennie de croissance à deux chiffres.

Au niveau des infrastructures, 2014 sera l'année de la 4G. L'ANRT, qui n'a pas réussi jusqu'à présent, à imposer le partage des infrastructures, a promis de lancer les appels d'offres au courant du premier semestre 2014 avant un horizon de déploiement graduel de la 4G à partir du dernier trimestre 2014.

Parallèlement, un projet majeur mérite une attention particulière, à savoir le futur Data Center de l'OCP dans la ville verte de Benguérir. 2014 est l'année de choix du consortium qui déploiera ce chantier technologique ambitieux estimé à plus de 100 millions de DH.

Le Technopark, pour sa part, continue sa politique de duplication de son modèle réussi à Casablanca. Après la création du Technopark de Rabat en 2012, la société de gestion MITC s'apprête, courant 2014, à ouvrir une nouvelle zone technologique pour les TPE/PME à Tanger. Une régionalisation qui marque une rupture avec l'axe historique Casablanca-Rabat et enclenche une décentralisation régionale de la création de la valeur dans le domaine des TIC.

Le nouvel an sera aussi celui de l'arbitrage sur le sort du code numérique. La mise en ligne de l'avant-projet par le secrétariat général du gouvernent fin 2013 a suscité des remous au point où Moulay Hafid El Alamy a décidé de le retirer pour révision et concertation.

Le défi est de pouvoir mettre en place un dispositif juridique, agile et flexible pour l'économie numérique tout en préservant les libertés numériques.

Dans tous les cas, l'Apebi, porte-parole du secteur des technologies de l'information devrait avoir du pain sur la planche, surtout que 2014 coïncide avec le renouvellement de ses instances et l'arrivée d'un nouveau président. A suivre.

Sommaire

Innovation
• Pourquoi la révolution digitale pose tant de problèmes aux entreprises ? 8

E-commerce
• Lancer et réussir son projet e-commerce : mode d'emploi 12

Mobilité
• Les services de la téléphonie Mobile : une menace pour les banques ? 14

E-entreprise
• Le supermarché Epicerie.ma lance son offre Drive sur Casablanca 16

Sécurité
• Sécurité poste client : parent pauvre des budgets sécurité IT (Partie 2) 18

Informatique
• A quoi sert le Big Data ? 22

Focus
• Radioscopie de l'offshoring au Maroc 24
• Offshoring : une nouvelle feuille de route pour 2019 26

Interview
• Comstor à l'assaut du Maghreb 28

Pratique
• Appareil photo : j'ai testé le Samsung NX1000 ! 30

TIC & RH
• Quel avenir pour les DSI au Maroc 32

Tribune libre
• La fin de la radiotélévision (Partie II) 34
• Le progrès technique une calamité, une nécessité ou une chance ? 36

Maghreb Digital

Directeur de la publication :
Rachid Jankari
rachid@jankari-consulting.com

Rédactrice en chef :
Wafaa Tajri
contact@jankari-consulting.com

Ont collaboré à ce numéro :
Redouane Semlali, Yahya El Mir, Said El Jarida, Majid Haitami, Fouad Benjoudar, Jamal Eddine Naji, Aouatif El Fakir

Direction artistique :
Afkar Digital
www.afkar-digital.com

Assistante commerciale & administrative :
Merieme Khairane
merieme@jankari-consulting.com

Maghreb digital est édité par Jankari Consulting :
Technopark Casablanca
Tél : +(212) 5 22.873.809
Fax : +(212) 5 22.873.806
www.maghreb-digital.com
Dossier presse : 2012 / 05 - Dépôt légal : 2012 PE 0033 - Imprimerie : Edit

Correction & Révision :
Wafaa Bakkali
wafaa@jankari-consulting.com

Faites le choix gagnant et générez de meilleurs résultats grâce à une solution de stockage NetApp.

Tirez parti des résultats dès aujourd'hui.

Smart Decisions are built on **NetApp**

Westcon™

www.afina-sys.com
netapp@mat.westconafrica.com

Tweets

» L'Association des Sociétés du Technopark (ASTEC), la société Moroccan Information Technopark Company (MITC) et Microsoft Maroc viennent de signer récemment un mémorandum pour la mise en place d'un TechnoLab.
Il s'agit d'un centre de compétences pour les start-up situé au cœur du Technopark et consacré au développement d'applications pour Windows 8 et Windows Phone. Les entreprises peuvent bénéficier des offres du TechnoLab notamment à travers la mise à disposition gratuite de logiciels à travers le programme BizSpark.
www.astec.ma
www.technopark.ma

» L'appel aux candidatures du programme «américaine TechWomen» pour 2014 est lancé sur le site www.techwomen.org.
Ce programme ouvert aux pays de l'Afrique et du Moyen-Orient est destiné aux femmes qui exercent dans le domaine des technologies de l'information.
Ce programme de cinq semaines à la Silicon Valley est destiné à encourager et appuyer la communauté scientifique féminine. Le dernier délai pour postuler est prévu pour le 10 février 2014.

» Le Ministère de la fonction publique et de la modernisation de l'administration (MFPMA) a développé une application mobile sous Android (arabe/français) qui fournit au grand public des informations sur les démarches administratives, les coordonnées des services publics et les avis de concours de recrutement concernant les services de l'état, les collectivités territoriales et les établissements et entreprises publics.

L'application « ServicePublic » est un service du portail " Service-Public.ma ", portail gouvernemental, spécialisé en matière de diffusion d'informations sur les procédures et démarches administratives.
https://play.google.com/store/apps/details?id=com.aramobile.mfpma

» Le chiffre d'affaires du secteur de l'Offshoring au Maroc a atteint près de 8 milliards de dirhams (MMDH) en 2012, tandis que les emplois du secteur, toutes filières confondues, sont estimés à 57 000. Près de 130 entreprises, dont une palette de référence internationale, sont installées dans les plateformes Offshoring.

» Le système d'information de l'OCP vient d'être certifié ISO 27001 par le bureau Veritas.

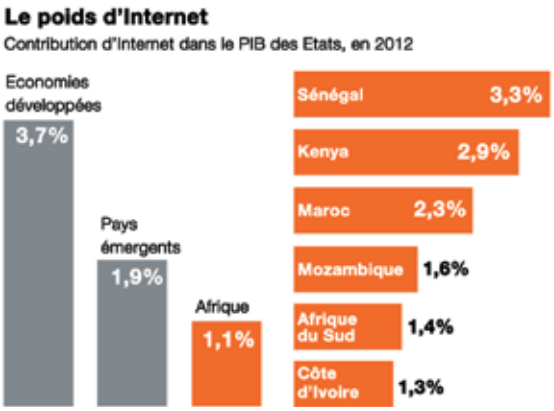
» L'ordre de service pour le démarrage de réalisation de la Gateway gouvernementale et du One Stop Shop vient d'être donné au consortium Omnidata/Forum international et IBM.

» Le chiffre d'affaires du marché du commerce électronique en 2013 a dépassé le seuil du milliard de DH. Pour les six premiers mois, le chiffre d'affaires réalisé était de 872 MDH contre 545 MDH, soit une croissance de 60%.

» L'année 2014 marque un nouveau tournant dans le commerce électronique au Maroc.
La société M2T lance sa plate forme e-commerce "Amanpay.net".
Il s'agit de la deuxième plate-forme après celle de Maroc Telecommerce, dont l'opération d'acquisition est en cours de bouclage par le Centre monétique interbancaire (CMI).

» Looly's, la startup marocaine qui ambitionne d'exporter le couscous sur le marché américain et britannique , a remporté le premier prix de l'édition 2013 de Maroc Startup Cup.
https://www.facebook.com/LoolyPearls.

» Selon une étude de McKinsey publiée récemment, Internet pourrait contribuer au PIB annuel du continent africain à hauteur de 300 milliards de dollars d'ici à 2025, soit l'équivalent du PIB d'un pays comme l'Autriche, aujourd'hui, alors que sa contribution n'est que de 18 milliards de dollars par an actuellement. Les détails de l'étude en ligne
http://www.mckinsey.com (Lions go digital: The Internet's transformative potential in Africa/ rubrique Insights & Publications)



Source McKinsey

» Les agences de renouvellement des permis de conduire "ASSIAQA Card" ont lancé récemment un nouveau service de prise de RDV en ligne. Il suffit de remplir un formulaire de réservation en ligne sur l'adresse :
www.assiaqacard.ma/Assiaqa/rendezvous-en-ligne

» La jeune pousse Sahih Business a lancé Aliphia.com un logiciel de facturation en langue arabe pour les petites entreprises et les auto-entrepreneurs. Cet outil hébergé dans le Cloud est servi sous forme d'application Saas. L'entreprise cible le marché de l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient.

» Latifa Echihabi : nouvelle SG du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'économie numérique

Directrice générale de l'Agence Nationale pour la Promotion de la Petite et Moyenne Entreprise depuis plus de dix ans et nouvellement nommée secrétaire générale du ministère de l'industrie dirigé par Moulay hafid El Alamy.
Après avoir obtenu son diplôme d'ingénieur d'Etat attaché à l'administration de l'industrie en 1987, elle a enchaîné, toujours dans le domaine de l'industrie, des postes de grande responsabilité, notamment, ceux de chef de division des industries agro-alimentaire ou encore Directeur des Etudes de la planification Industrielle.
Mme Latifa Echihabi est membre du groupe euro-méditerranéen pour le développement de la petite et moyenne entreprise, du focus groupe chargé de l'élaboration du libre blanc et de la charte de la PME.

Offre d'abonnement Maghreb Digital

Oui, je veux m'abonner à Maghreb Digital Livrer ces abonnements à Mr/Mme :
.....
Tél : ..... Adresse postale : .....
.....
E-mail : .....
- Ci-joint mon règlement par chèque, à l'ordre de Jankari Consulting
- Prière de m'envoyer une facture à l'adresse :

.....
.....
.....

3 OFFRES ENTREPRISES
- 5 abonnements annuels au prix de 500 DH
- 10 abonnements annuels au prix de 999 DH
- 20 abonnements annuels au prix de 2000 DH

.....
.....

Signature

Merci de contacter le service d'abonnement :
Tél: (212) 5 22.873.809 - Fax : (212) 5 22.873.806 - E.mail : contact@jankari-consulting.com

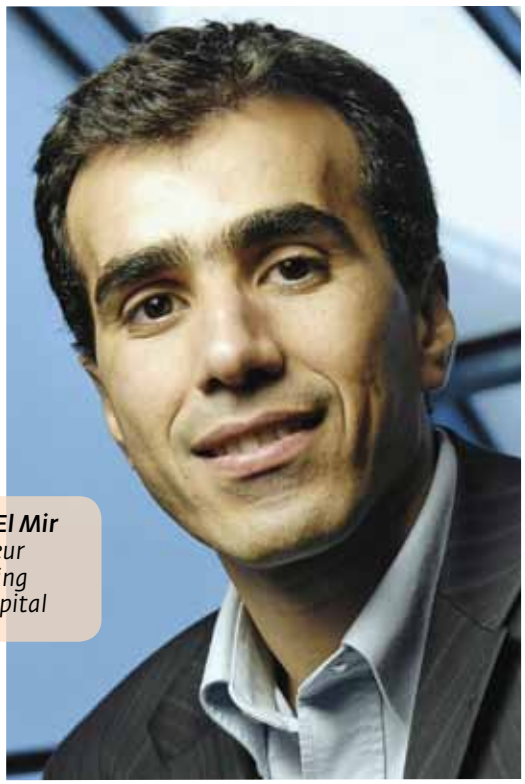
Pourquoi la révolution digitale pose tant de problèmes aux entreprises ?

BIO-EXPRESS

Yahya El Mir
Entrepreneur Digital
Dirigeant d'Entreprise, Animateur de Réseau d'Entreprises Digitales & Conférencier
Président de SQLI de 2002 à 2011– Stratège du Digital – Investisseur et Curateur de Startups- France, Europe Maroc et Afrique

Le grand public s'est emparé d'Internet depuis 20 ans déjà. Des secteurs entiers ont été bouleversés : la musique, les médias, le tourisme. D'autres ont commencé leur mutation : la santé, la distribution, les transports. D'autres, observant les mutations en cours, sentent que leur propre bouleversement est imminent. Le grand public s'est approprié les technologies digitales avec une rapidité sans équivalent dans l'histoire.

Il a fallu 80 ans pour que 50% de la population européenne ait une automobile, 70 ans pour le téléphone, 50 ans pour l'électricité. Il n'aura pas fallu 20 ans pour Internet. Et pour mesurer l'ampleur de cette appropriation, il suffit de nous souvenir de comment nous faisions avant : pour acheter nos billets d'avion, consulter nos comptes bancaires, rechercher des informations, partager des photos, garder le contact avec nos amis, écouter de la musique…



Yahya El Mir
Fondateur du holding EMY Capital

De nouveaux usages se sont imposés, ont transformé progressivement nos vies et ont fait de chacun de nous un acteur et un amplificateur de cette nouvelle révolution industrielle.

Pourtant 20 ans après le début de cette nouvelle révolution, les grandes entreprises ont encore beaucoup de mal à s'adapter à ces nouveaux usages. Alors pourquoi tant de difficultés ?

» Une puissance de création à l'extérieur des organisations

Si la révolution digitale a eu autant de succès, c'est parce qu'elle offre aux individus une puissance de création, de communication et de coordination sans précédent.

Le monde d'aujourd'hui est un monde dans lequel la puissance technologique, l'intelligence et le désir d'agir sont omniprésents et dépassent tout ce que peuvent ▸▸

▸▸ concentrer les organisations. C'est un monde dans lequel les aspirations, les méthodes et les modes d'actions du public ont changé irrémédiablement.
Les entreprises qui ont pris le virage de cette révolution ont tous su canaliser et utiliser cette puissance créatrice extérieure.

Tous les géants du net ont compris que la valeur principale est désormais créée par les utilisateurs et qu'il faut savoir la capter.

Quand Amazon revendique 40% de ses ventes grâce à son moteur de recommandations, et quand Netflix en revendique 60%, ces entreprises s'approprient une valeur construite sur l'analyse intelligente des traces d'utilisation laissées par les millions d'utilisateurs.

Que serait Facebook sans les contributions des membres, Google sans le contenu créé par les internautes et les organisations qui lui sont extérieurs, l'iPhone sans les centaines de milliers d'applications développées par des tiers, Amazon sans sa marketplace ?

Si les entreprises traditionnelles ont tant de mal avec la révolution digitale, c'est parce qu'elle implique de multiples acteurs qui sont à l'extérieur de l'organisation et non en interne comme cela s'est toujours fait.
Accepter cette puissance extérieure, savoir la capter, c'est réussir à se constituer un nouvel actif immatériel, largement aussi important que les actifs traditionnels (usines, propriété intellectuelle...).

» Une révolution qui s'accélère

Le groupe Alibaba propose 800 mille produits à la vente et investit des milliards de dollars pour pouvoir bientôt livrer les commandes de ses clients en 6 heures seulement.
Il atteindra 2 milliards d'heures de connexion par jour en 2015. Irriguant un immense territoire, il est en passe de devenir l'infrastructure clé du commerce en Chine.
En plus des particuliers, les grossistes et les détaillants l'utilisent désormais pour leur activité professionnelle.
Nous expérimentons au quotidien l'emprise de Google, Facebook, Apple ou Amazon sur nos vies. Mais d'autres acteurs moins connus comme Alibaba et qui ont parfaitement intégré les règles du jeu de cette nouvelle révolution, participent à l'accélération de la révolution en cours.
Grâce à la révolution numérique, les individus ont acquis une agilité et une vélocité bien supérieures à celles dont ils étaient capables dans le monde ancien.
Dans ce nouveau monde hyperfluide, une organisation qui stagne parait régresser.

Une organisation qui bouge à la même vitesse que les individus semble immobile. Pour stimuler les individus, les captiver, il faut bouger, changer, et plus vite qu'eux. C'est la vitesse relative, c'est à dire l'accélération qui compte. Il est incontestable que nous vivions dans un monde où la technologie ne cesse d'accélérer.
3 milliards d'humains utilisent internet depuis un ordinateur ou un portable, 900 millions se connectent quotidiennement à Facebook, 30 milliards de puces RFID et 50 milliards d'objets communicants sont en circulation. Ce qui est important ce ne sont pas les chiffres eux mêmes mais l'accélération.
Plus personne ne pourra achever sa vie professionnelle avec les outils qui lui sont familiers.
Pour captiver, il faut comme Facebook ou Amazon, changer tous les jours, tester, améliorer, stimuler, surprendre.
En minimisant au maximum la taille de leurs équipes, ces entreprises ménagent les conditions de réactivité et d'agilité maximales dans l'exercice des activités cruciales que sont la conception, le design, le développement et le marketing.
Toutes ces entreprises ont travaillé leur «scalabilité», c'est à dire leur capacité à s'adapter à la montée en charge de la demande sans alourdir leur structure.
En 2011, Instagram revendiquait 15 millions d'abonnés et 150 millions de photos partagées avec sept salariés ! En 2010, FaceBook ne devait pas compter plus de 2 mille salariés pour 800 millions s'utilisateurs.
Toutes ces transformations et ces accélérations nous ont fait changer d'ère industrielle. Nous sommes entrés dans un régime de création de valeur, dans une organisation du travail, dans un fonctionnement économique et social entièrement renouvelé.
Et même si les fondamentaux sont désormais en place, le déploiement de nouveau cycle ne fait que commencer. Cette révolution digitale a bouleversé la culture, les médias, les télécommunications et les loisirs. Elle touchera avant peu tous les secteurs de l'activité humaine. ▸▸

» Changer de registre de pensée

Et pourtant, on constate tous les jours à quel point des acteurs de premier plan échouent à être des acteurs de la révolution digitale. Malgré leur bonne volonté et les investissements lourds qu'ils acceptent de réaliser, la plupart des décideurs abordent la révolution digitale dans un esprit de restauration. Ils essaient de maintenir leur façon de faire des affaires, cherchent à faire du digital en refusant l'économie digitale. Ils restent à coté de la société qui vient et ignorent qu'ils sont entrés dans un nouvel ordre industriel.

Le fait est là : Dans leurs processus de recrutement des cadres, dans leurs règles de promotion, dans leurs organisations hiérarchiques, les grandes entreprises n'ont pas réussi à intégrer la culture digitale.

A l'inverse : La plupart des entrepreneurs de l'économie digitale agissent comme s'il était évident que les choses basculent plus vite que prévu. Dans leurs choix d'organisation, dans leurs méthodes de management, dans les règles de conception de leurs produits, ils ne laissent aucune place aux certitudes ni aux conformismes. Ils ne recrutent pas des dirigeants pour ce qu'ils savent, mais recherchent des innovateurs capables d'apprendre rapidement et d'agir dans l'incertitude.

S'adapter à la révolution digitale, c'est changer de registre de pensée, c'est accepter de naviguer dans un univers de fluidité où l'innovation est continue, c'est accepter de modifier son ADN. Si elles acceptent de le faire, alors les entreprises pourront solliciter les individus, entrer dans leur intimité, les captiver et capter la valeur qu'ils créent.

Agenda

» CeBIT 2014 : du 10 au 14 mars à Hanovre

La Grande-Bretagne, qui joue un rôle prédominant en Europe dans le domaine des technologies de l'information, sera le pays partenaire officiel de l'édition 2014 du CeBIT, événement incontournable de l'économie numérique. Les visiteurs du CeBIT 2014 mesureront ainsi l'importance de ce pays de haute technologie qui impulse à maints égards le développement de toute la branche. Ils se rendront compte, par exemple, que le smart meter, ou compteur intelligent, s'apprête à équiper 26 millions de foyers ».

Le nombre des exposants inscrits au CeBIT dépasse d'ores et déjà celui enregistré l'an dernier à la même époque. « Notre volonté de réaliser une manifestation 100 % business ainsi que la restructuration sectorielle du CeBIT correspondent en tous points aux exigences du marché. Les demandes d'inscription en provenance de la région asiatique et tout particulièrement de la Chine sont en forte progression », a précisé Oliver Frese en charge du CeBIT au sein du directoire de la Deutsche Messe à Londres.

Parallèlement, de nombreuses entreprises, dont Samsung et Huawei, vont nettement renforcer leur présence à Hanovre. Après une longue période d'absence, plusieurs prestataires de services d'impression gérés (MPS ou Managed Print Services) et constructeurs d'imprimantes de renom, tels que Kyocera, reviendront exposer au CeBIT, dans un espace entièrement dédié aux solutions d'impression. Epson et Brother agrandiront quant à eux leur surface d'exposition. « Notre but est d'élargir le contenu thématique du salon tout en lui conférant une structure rigoureuse et un profil bien déterminé. Les réactions qui nous parviennent actuellement du marché mondial de l'informatique attestent que nous sommes sur la bonne voie », a souligné Oliver Frese.

Oliver Frese a bon espoir que le nombre des exposants en provenance du pays à l'honneur en 2014 connaîtra lui aussi une forte progression. En effet, quelque 150 entreprises britanniques seraient attendues en mars prochain, soit trois fois plus qu'en 2013. Le pays partenaire déclinera sa présentation sous le slogan : « Technology is Great... Britain ». Dans cet esprit, les exposants d'outre-Manche organiseront leur stand autour des thèmes d'actualité suivants : les villes intelligentes (smart cities), la science des données, la santé en ligne, M2M, la sécurité Internet et les médias numériques.

Les détails en ligne : http://www.cebit.de

Représentation au Maroc de Deutsche Messe
Monika Rivière
Leiterin Messeabteilung / Resp. Dép. Foires
Deutsche Industrie - und Handelskammer in Marokko - DIHK
Chambre Allemande de Commerce et d'Industrie au Maroc
Standard:+212 (522) 42 94 00/01- Direct: +212 (522) 42 94 20 - Fax: +212 (522) 94 81 72
monika.riviere@dihkcasa.org - http://marokko.ahk.de

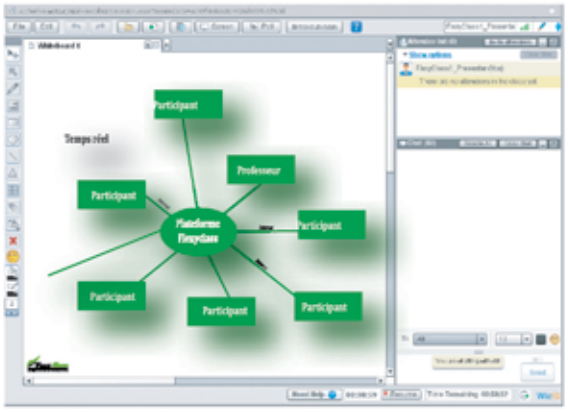
Online MBA

Flexy Class
Conférences Formation

La force de la classe virtuelle réside dans :

- Pas de frais ni de stress liés au déplacement
- Possibilité de vous inscrire de n'importe où du moment que vous avez accès à l'Internet.
- Horaires adaptés aux besoins des gens qui travaillent
- Taux de concentration et de motivation élevé

- **Le principe**
  - Formation en ligne
  - Diplôme d'une université américaine: Princely International University
  - Programme délivré en français
  - Professeurs en ligne en temps réel
  - Programme adapté aux besoins de gens qui travaillent
  - Cours du soir et weekends
  - Début des programmes Janvier et Avril
  - Diplômes reconnus par les universités américaines



Master of Business Administration entièrement en ligne

Gestion des Ressources Humaines - MHR
Ce module permettra de mettre l'accent sur la prise en compte des ressources humaines dans le développement et l'évaluation de la performance globale de l'entreprise.

Finance d'Entreprise et Information Comptable - MFM
L'objectif de cet enseignement est de donner une culture approfondie dans le domaine de l'analyse financière couvrant à la fois les principales dimensions techniques de cette matière mais aussi les liens qu'elle entretient avec la théorie financière .

Management Stratégique - MSM
Ce module permettra de mieux comprendre les facteurs qui influencent la formulation et la mise en œuvre de stratégies de l'entreprise.

Marketing Management et Planification -MMKT
Ce module vise à apporter aux étudiants les principes de marketing, B2C et B2B, et leur montrer la relation entre le marketing et l'étude de marché.

Méthodologie de Recherche - MRM
Ce module fournit un aperçu sur des principales méthodes quantitatives et qualitatives qui sont nécessaires pour entreprendre, évaluer et présenter un projet de recherche.

Gestion des opérations - MOM
Il s'agit plutôt d'un besoin croissant pour un ensemble de compétences permettant la gestion complète des opérations dans un monde au rythme plus rapide.

Thèse -MDS
Le mémoire donne l'occasion à l'étude approfondie d'un sujet pertinent au domaine de management.

Gestion des Projets - MPM
Un apprentissage pratique qui vise le développement de l'expertise en gestion de projet et des habiletés interpersonnelles pour gérer des projets au quotidien.

Développement du Leadership - MLD
Ce module vise à fournir une compréhension du leadership à tous les niveaux dans les organisations et dans un contexte mondial, de comprendre comment il contribue à l'efficacité organisationnelle, de développer la sensibilité à la diversité, le contexte et les dilemmes éthiques et permettre aux étudiants d'accroître leurs capacités de leadership.

Anglais du Management -MENG
Ce module vise à développer les compétences de base de la langue anglaise chez le participant: Reading, Speaking, Listening and Writing dans un contexte de management.

Janvier-Mars	Avril - Juin	Juillet- Septembre	October - Décembre
3 modules	3 modules	3 modules	Graduation
English	English	English	

Flexy Class
Conférences Formation

Technopark,
Bureau 222, 2e étage
Casablanca

www.flexyclass.com
info@flexyclass.com
Te: 0522 21 66 92

Lancer et réussir son projet e-commerce : mode d'emploi

Said El Jarida
Consultant et responsable de l'offre E-Commerce chez SQLI

BIO-EXPRESS

Said El Jarida

Consultant et responsable de l'offre E-Commerce chez SQLI, il a plus de 10 ans d'expérience en systèmes d'informations. Lauréat de l'Ecole supérieure de commerce de Lille, certifié PMP, Prince2, ITIL, Scrum Master. Il a animé une vingtaine de formations autour de la gestion de projets, CMMI, Agile et l'assurance Qualité. Depuis 2005 il a joué le rôle de chef de projet puis directeur de projets sur une dizaine de projets. En 2009, il a participé à la gestion d'un grand programme international E-Commerce avec la participation de 3 pays différents.
Après avoir géré plusieurs projets E-Commerce, il participe aujourd'hui, en tant que directeur technique au niveau du groupe SQLI, au chantier R&D et capitalisation autour des E-Business.

De l'idée d'avoir un site E-Commerce, jusqu'à sa mise en place, il est indispensable de connaitre les étapes clés qui permettent d'atteindre les objectifs de vente escomptés au travers de la réalisation de la boutique en ligne.
Cet article qui se propose d'aborder les premières étapes de montage d'une boutique en ligne, n'a pas la prétention d'être exhaustif, mais a pour objectif de partager le fruit des expériences acquises sur une dizaine de projets E-Commerce d'envergure internationale.

» Les faits

Le E-Commerce est loin d'être un phénomène éphémère, l'évolution des ventes en ligne est en croissance permanente, et ne semble pas être fortement impacté par les dernières crises économiques.
Cette année, le Moyen-Orient, la Turquie et l'Inde connaissent la progression la plus forte du nombre de nouveaux Web-acheteurs, avec respectivement 45%, 42% et 38% de nouveaux utilisateurs.`

Au Maroc, la vague ne semble que commencer, timidement certes, mais avec une croissance prometteuse : le secteur a connu une croissance importante au cours des trois dernières années progressant de 180% entre 2009 et 2010, et de 100% entre 2010 et 2011.

En 2012 la croissance a atteint 45% avec un total de ventes de 780 millions de dirhams. D'après Le centre monétique interbancaire, Sur quelques 9 millions de cartes en circulation, 500000 sont réellement actives. Peu de cartes sont utilisées pour le paiement des transactions commerciales. En 2012, on ne relève que 65 000 achats en ligne ont été réalisés.

» Je veux monter ma boutique en ligne, quelles sont les étapes à suivre ?

1. Etude du marché :

Se lancer dans un projet E-commerce sans préparation au préalable s'avère « une aventure » hasardeuse et non maitrisée. Avant toutes choses, il faut se préoccuper de l'offre du marché et de sa maturité, puis du positionnement vis-à-vis des concurrents, en commençant par les recenser, définir leur part du marché et préciser leur nature. Une étude de forces et faiblesses établie sur différents axes (gamme et offre produit, ergonomie, fonctionnalités, usabilité, ...) sera bénéfique par la suite.

Cet exercice permettra de cerner la part du marché du commanditaire du projet E-Commerce, qui lui servira à tailler sa stratégie et ses objectifs à haut niveau mais demeurant réaliste.

Une fois le dimensionnement basé sur une étude de benchmark réalisé, il faut préciser avec quelle stratégie commerciale et marketing le marchand veut aborder le marché. ▸▸

2. Définir sa stratégie commerciale et marketing :

Il s'agit de mener une réflexion sur les moyens marketings et commerciaux qui permettront d'atteindre les objectifs à moyen et long terme.
Des actions telles que la politique de prix, la gestion des promotions, de corss et Up selling sont des éléments entre autres de la stratégie commerciale et marketing.
Un autre axe aussi important et qui ne doit pas être négligé, c'est de se poser la question sur quel canal on veut vendre (magasins, catalogue papier, Internet, Mobile, ...). L'utilisation d'un canal unique de vente limite le marché d'une entreprise. L'expérience ne cesse de démontrer que les sociétés qui réussissent l'optimisation de leur mix des canaux de vente peuvent répondre efficacement et spécifiquement à chaque couple produit / marché.
L'entreprise doit donc chercher un modèle multicanal rentable et évolutif capable d'intégrer rapidement d'éventuelles futures évolutions du secteur ou des comportements d'achat.
L'apparition des nouveaux concepts comme le Mobile-Commerce, le Social-Commerce, imposent aux E-commerçants de revoir et ajuster leur stratégie multi-canal

3. Business plan :

Comme pour le commerce, une boutique en ligne doit choisir ses cibles clients. Il s'agit d'envisager des réponses à un certain nombre de questions du genre le site E-commerce est – il adressé à des particuliers ou des professionnels? Quelle couverture géographique, Locale ou internationale? Quelle catégorie sociale (site de luxe, petites ventes,...)?

Le business plan décrit l'opportunité et définit les coûts et les bénéfices attendues ainsi que l'échéancier de la réalisation. Il doit aussi anticiper et proposer la future organisation, car la gestion d'une boutique en ligne ne se limite pas à attendre les nouvelles commandes des clients, mais également à définir qui sera en charge de quoi et par quels moyens.
Une autre partie du business plan doit consister à chiffrer les différents coûts, à savoir ceuwwx nécessaires à la création de la boutique en ligne : ces coûts comprennent principalement la création du site web, les coûts d'hébergement, de maintenance, de support, Etc...
Bref, il faut estimer des prévisions de cette activité, mais le plus important est de garder une certaine cohérence avec le type de produit vendu, le choix de la cible, la stratégie adoptée, etc....

4. Cahier des charges :

Une fois le besoin et les contraintes sont recensés, et que l'état des lieux est fait, le marchand peut entamer la rédaction du cahier des charges, c'est-à-dire définir et formaliser le périmètre précis et le contexte de création de la boutique en ligne.
Il faut commencer par la partie commune à tous les cahiers des charges : présenter la société, son activité, le contexte du projet, les acteurs internes et externes, etc. ensuite décrire les produits (ou services) à commercialiser, comment ils seront alimentés et mis à jour, comment on souhaite organiser et afficher les listes et le détail des produits, le profil des clients et leur catégorie socio-professionnelle, sans oublier le contenu rédactionnel à mettre sur le site.
Par-dessus tout, Le cahier des charges est un outil de communication et d'information qui permet la compréhension du besoin client par les différents prestataires, il se doit donc être exhaustif pour permettre d'atteindre cet objectif.

· Intégration SI

L'intégration de la solution E-Commerce avec le système d'information existant est un point majeur, car on ne peut pas imaginer une boutique en ligne isolée de l'ERP de l'entreprise (inventaire, traitement des commandes, facturation, comptabilité..), ni son CRM (relation client, fidélisation...) ou de son système de BI ou autres (marketing, gestion de campagnes, ...).
Le cahier des charges doit mettre le focus sur le besoin d'interfaçage du site E-commerce avec le SI ainsi que d'autres parties tierces comme les systèmes de paiement et de livraison.

5. Choix de solutions :

Après avoir répondu à toutes les questions de type « qui » et « wquoi », il est temps de décider sur le « comment ». Ce qui veut dire de choisir la solution qui permet de modéliser et de concrétiser la stratégie déjà définie.
Plusieurs types de solutions s'offrent à l'entreprise, mais l'effort de choix ne doit pas s'orienter vers la recherche de la solution idéale, car elle n'existe pas, mais vers celle qui prend en compte les attentes décrites ci-dessus.

Conclusion.

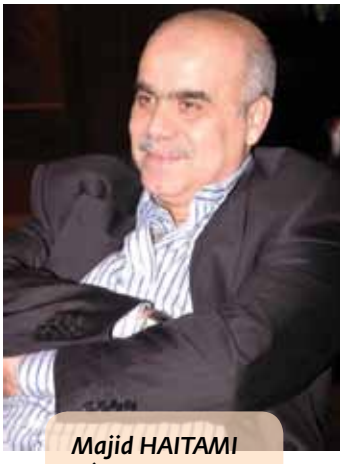
C'est une certitude, le E-commerce ne peut pas se résumer à l'acte d'achat, vente et livraison des produits. Les problématiques de ce secteur sont bien plus vastes et dépassent souvent les capacités des vendeurs. De ce fait, faire appel aux experts du domaine demeure une nécessité et ne peut qu'apporter de meilleurs résultats : mieux vendre.

Les services de la téléphonie Mobile : une menace pour les banques ?

BIO-EXPRESS

Majid HAITAMI

55 ans dont 28 ans dans le domaine de la monétique est lauréat de l'UQAC informatique de gestion en 1985.
Spécialiste dans le Mobile Payment, dans le Crédit revolving et dans la sécurisation de la monnaie électronique est actuellement Directeur associé chez ALM Solutions après avoir été DGA responsables de la R&D pendant 16 ans chez HPS et 8 ans à S2M en tant que Directeur technique.



Majid HAITAMI
Directeur associé chez ALM Solutions

Les Services à base de la téléphonie Mobile tels que le Mobile Paiement, le Mobile Banking, ou encore le FSM (Field Service Management) ne sont plus l'apanage du monde de la R&D ou du prototypage mais, une réalité faisant fi des frontières géographiques, économiques, culturelles et sociales.

Grâce à la contribution préalable des nouvelles technologies, notamment, la démocratisation de l'accès à l'internet, le taux de pénétration des Smartphones et surtout l'étendue des flux financiers devant être drainés au profit des porteurs de projets, une course effrénée est engagée dans cet écosystème.

Aussi paradoxal que cela puisse paraitre, ce sont bien souvent des filières étrangères aux Banques qui prennent l'initiative du développement et de la promotion des applications Mobile Paiement et Mobile Transfert.

Les institutions financières classiques ne peuvent que constater la perte de parts de marché au profit de la nouvelle concurrence, non pas par manque d'anticipation ou de moyens, mais à cause, semble-t-il, de la lenteur observée dans les différentes strates du processus d'adhésion et de mise en œuvre.

Le Mobile paiement et le Mobile transfert représentent aujourd'hui une menace aux modèles économiques actuels et par ricochet une menace pour les Banques de voir ces nouveaux entrants s'approprier ces activités.

Vu que le paiement représente l'un des piliers de la relation bancaire traditionnelle, ces nouveaux entrants explorent toutes les opportunités par le biais d'offres innovantes sur le paiement ce qui se traduira par la constitution complète, à moyen terme, de services financiers larges.

Le faible coût des investissements nécessaires, la capacité à la créativité, à l'innovation et à la proactivité des petites structures susvisées rendent le risque précédemment cité encore plus patent d'autant plus que les contraintes légales, sensées être le rempart dans les banques classiques, sont en cours de remise en cause, à l'échelle mondiale, concurrence oblige.
Quant aux autres services du Mobile, tels que le FSM avec toutes ses variantes, comme le ticketing et le couponing (dématérialisation des tickets et des coupons), ils semblent se développer plus rapidement à cause de l'intérêt que manifestent les entreprises de part les économies réalisées grâces à ces services (maitrise des processus métiers, géolocalisation des personnes et des véhicules) et de la quasi absence des contraintes légales liées à ces services.

L'offre de Services Mobile peut se baser sur une architecture, celle qui consiste à voir la combinaison de plusieurs offres à la fois pour un ou plusieurs produits composés de services variés. Les plateformes les plus répandues pour le moment sont le SMS-C et l'USSD.
L'hégémonie de ces deux plateformes est en train de disparaître au profit des plateformes basées sur les réseaux 2G/3G et 4G.

8% des transactions financières en 2013 seront exécutées par des entreprises non bancaires. Cette part de marché impactera les 51% attribuées aux virements et notes de débit traditionnels et les 41% attribuées aux paiements par carte.

> ***La raison d'être d'une entreprise est de créer et de garder un client.***
> *Théodore Levitt (Professeur et théoricien américain).*

Si les banques souhaitent tempérer cette concurrence farouche, elles doivent pouvoir proposer, à temps, des solutions adéquates à leurs clients de plus en plus adeptes d'Internet et du Mobile et pouvoir élaborer des alliances avec des prestataires porteurs de projets technologiques tenant compte des réalités susvisées.

Ce n'est pas la fracture numérique qui fera la différence mais la capacité à transformer l'innovation déclinée par les partenaires technologiques en opportunité d'affaires.

Comstor™

Le Distributeur Global Cisco s'installe au Maghreb

Centrés sur Cisco, Nous rendons Cisco simple.

Notre différence est la passion que nous avons pour la technologie, notre expertise en matière de produits et notre attitude engagée envers nos partenaires. C'est comme ça que nous sommes devenus votre distributeur leader. Nous fournissons plus de connaissance, compétences, expertise, support, programmes innovants et des services logistiques que n'importe qui d'autres. C'est la raison pour laquelle nous avons été récompensés en tant que votre Distributeur Cisco de l'Année pour plusieurs années consécutives.

Comstor arrive au Maghreb pour vous faire profiter de ses services et ses multiples programmes à valeurs ajoutées, vous aidant à saisir rapidement les opportunités du marché.

Nous sommes engagés pour vous aider à dépasser vos limites et réaliser vos objectifs en toute confiance. Chez nous la distribution est juste le début.

- Engage
- Develop
- Grow
- Expand

Ceci est **Comstor**

Ceci est **votre avantage**

Tel : 00212529011505 | comstorsales.wa@comstor.com | afrique.comstor.com

cisco Distribution Partner

Le supermarché Epicerie.ma lance son offre Drive sur Casablanca

Le supermarché en ligne www.epicerie.ma lance sur Casablanca son nouveau service Drive entièrement gratuit. Les clients peuvent commander en ligne aux mêmes prix qu'en hypermarché et récupérer leurs courses le jour même, 30 minutes après la commande.
Les détails.

Faire ses courses sur internet et se déplacer pour les récupérer 30 minutes après la commande c'est désormais possible grâce au nouveau service "Drive" du supermarché en ligne www.epicerie.ma.

"Concrètement, avec notre nouvelle offre Drive, le e-consommateur gagne en temps puisqu'il n'aura plus besoin de se rendre au supermarché, errer indéfiniment dans les rayons et attendre impatiemment en caisse.

En effet, 30 minutes après sa commande, le client fait le déplacement à notre point de retrait situé au quartier Racine-Maarif, puis ses achats sont chargés dans le coffre en 5 minutes sans descendre de son véhicule, et tout cela gratuitement aux mêmes prix qu'en hypermarché", explique, sur un ton confiant, le jeune directeur général de l'entreprise, Mohammed Benaddou Idrissi.

Le recours à internet pour le shopping et la commande en ligne commence à entrer dans les habitudes des e-consommateurs marocains.
En capitalisant sur cette évolution des réflexes liés au numérique, epicerie.ma, à travers son offre "Drive", profite d'une tendance internationale qui a rencontré déjà un franc succès sur les marchés européen et américain.
Ce nouveau service à valeur ajoutée vient compléter l'offre de livraison à domicile du supermarché en ligne dont le démarrage des ventes remonte à 2008. *"Nous avons enregistré jusqu'à présent plus de 20 mille commandes et notre catalogue actuel compte plus de 5.500 références dont les produits frais (fruits et légumes, viandes et poissons), avec une livraison sur les régions de Casablanca, Mohammedia, Bouznika, Rabat et Marrakech"*, précise, Saïd Liemlahi, directeur général délégué de l'entreprise.
A rappeler que la société epicerie.ma a réussi, récemment une opération de levée de fonds de 3,8 MDH auprès Maroc Numeric Fund (MNF).
Ce dernier, fruit du partenariat entre l'Etat marocain et les banques est doté de 100 MDH. Il est dédié à investir dans des sociétés innovantes dans le domaine des technologies de l'information.

NEWS

• Epson lance une nouvelle gamme de scanners A4, offrant des vitesses de numérisation élevées et une technologie d'alimentation avancée, afin d'accroître la productivité de la capture papier pour l'archivage et la diffusion de documents électroniques.
Les scanners WorkForce DS-510 et DS-510N sont conçus pour s'intégrer facilement dans les systèmes de gestion des documents et les services cloud, et pour en améliorer l'efficacité.

Ces nouveaux modèles compacts proposent des vitesses de numérisation pouvant atteindre 26 ppm/52 ipm en modes monochrome et couleur et sont dotés d'un chargeur automatique de documents d'une capacité de 50 pages A4.
Ces deux modèles offrent une numérisation recto verso en un seul passage, une compression JPEG matérielle et une détection des doublons grâce à un capteur à ultrasons.

TBWA\CORPORATE - © Tyrka - © Annamiagkeff/iStock by Getty Images

Le cloud
by Bull

Le cloud le plus efficace c'est celui qui prend en compte vos besoins tout en s'adaptant à vos usages et à vos infrastructures spécifiques. C'est pourquoi Bull vous propose d'adopter une approche sur mesure pour créer le cloud qui convient parfaitement à votre entreprise.

Pour plus d'informations :
www.lecloudbybull.com - fouad.benjoudar@bull.ma

BULL
Architecte d'un monde ouvert

Sécurité poste client : parent pauvre des budgets sécurité IT (Partie 2)

La sécurité du poste client qui est généralement le parent pauvre du budget sécurité de l'entreprise nécessite de la part du RSSI ou du DSI, une certaine connaissance du parc, des postes client et de leur environnement (OS, Applications et connectivité). Leur sécurisation est une nécessité et doit s'appliquer par la rédaction et la mise en place d'une Politique de sécurité réfléchie tenant compte de l'environnement et des contraintes de l'Entreprise. Analyse.

Redouane Semlali
Chef de projet Sécurité
redouane.semlali@m-secureit.com
Twitter : @redouanesemlali

» Les Antivirus

Les Antivirus n'ont plus besoin de présentation et sont devenus indispensables dans l'environnement hyper connecté actuel. Un antivirus est évalué en fonction de plusieurs critères, nous en sélectionnons les suivants :

• La Complétude de la détection des virus. En effet, l'exhaustivité est impossible, elle n'est même pas souhaitable mais, un antivirus doit bénéficier d'un large spectre qui permettrait de se protéger contre les virus les plus courants.

• La réactivité des laboratoires de l'éditeur face à de nouvelles menaces.

• La Consommation du CPU et de la RAM lors de l'analyse pour ne pas pénaliser l'utilisateur

• Le Démarrage de la protection au moment du démarrage du poste client.

Plusieurs laboratoires indépendants effectuent régulièrement des tests comparatifs, nous indiquons ci-dessous les plus importants :

• Virus Bulletin : http://www.virusbtn.com/vb100/latest_comparative/index

• AV Comparatives : http://www.av-comparatives.org/dynamic-tests/

• AV Test : http://www.av-test.org/fr/page-daccueil/

» Nature du poste Client

Il est toujours utile de le rappeler, le couple Windows/MS Office, de par son immense popularité et de son omniprésence, est la cible n°1 des logiciels malveillants plus que Linux ou (Mac) OS X. L'autre particularité des systèmes Windows est l'héritage du système DoS qui intègre le système des registres où les données et les programmes fonctionnent ensemble.

Ceci rajoute à la vulnérabilité des systèmes Windows par rapport aux systèmes dérivant d'UNIX (Linux, BSD, OS X ...etc.) où l'espace des données est complètement séparé des programmes.

» Attaques par documents PDF

Ces sont des documents PDF banals mais qui exploitent les failles du moteur Javascript des lecteurs PDF (typiquement Acrobat Reader). Ces vulnérabilités permettent au document lorsqu'il est ouvert d'exécuter le code malveillant qui provoque des dépassements de buffer[1] ou de pile[2].

Nous citons quelques événements récents pour illustrer cette nouvelle et dangereuse manière d'attaquer :

• La première attaque a ciblé le gouvernement Pakistanais et ses différentes institutions aussi bien civiles que militaires, elle a été découverte par la société eSET en Mai 2013. Elle avait commencé selon la même source au moins depuis 2011, originaire de New Delhi (Inde), elle utilisait un certificat légitime de code mais qui était associé à des documents PDF malveillants qui s'exécutaient lorsque le destinataire les ouvrait. Le moyen de diffusion de l'attaque était la messagerie et l'objectif était le vol d'informations depuis les réseaux ciblés.

• La seconde concerne le ministère français des Finances, où un cheval de Troie a été inséré dans des documents PDF et envoyé à des dirigeants ciblés du ministère pour le vol de documents concernant le sommet du G20 de 2010. Les informations ainsi volées ont été exfiltrées vers des serveurs localisés en Chine. Ainsi, 150 postes client ont été piratés et 10 000 ont été déconnectés pour diminuer le risque qu'ils le soient aussi.

• En 2011, 76% des attaques ciblées, utilisaient des attaques par documents PDF. ▶▶

▶▶ La particularité des attaques par documents PDF est leur étonnante dangerosité :
• Elles ne demandent pas des connaissances informatiques poussées, elles sont à la portée de presque n'importe quel utilisateur.
• Les documents sont très utilisés en environnement professionnel et sont considérés comme sûrs (parce que non modifiables). Les utilisateurs ont tendance à ne pas s'en méfier.
• Elles sont acceptées par les logiciels antivirus et les passerelles sécurité
• L'omniprésence des lecteurs PDF qui leur servent de véhicule de déclenchement.

» Sécurité des connecteurs

La sécurité du Poste client ne peut être envisagée sans la sécurisation des connecteurs et principalement des ports USB. Plusieurs éditeurs proposent des produits indépendants ou intégrés à des suites de protection du poste client. Elles permettent de gérer en central la politique de sécurité des connecteurs sur les postes client et de mieux contrôler les périphériques amovibles. Ainsi par ce biais il est possible d'imposer :
• Une politique en lecture seule afin d'éviter les fuites de données accidentelles ou intentionnelles des utilisateurs.
• Une politique en écriture seule afin d'éviter les infections dues aux périphériques amovibles.
• Enfin un mix des deux, une politique en lecture/écriture en fonction des données. Nous nous rapprochons dans ce dernier cas des solutions DLP[3] .
Contrôle de conformité

Les solutions de conformité permettent de protéger le réseau au moment même où le poste client s'apprête à rejoindre le réseau, en effectuant les vérifications de sécurité nécessaires comme le contrôle de la présence d'un antivirus à jour, le niveau de Patch de l'OS, la présence d'un certificat identificateur au niveau poste client, ...etc. Il est ainsi possible de s'assurer que le poste client (généralement mobile comme un PC portable) puisse être au même niveau de sécurité qu'au moment où il a quitté le réseau.

La mise en place d'une solution de contrôle de conformité, doit s'accompagner par les questionnements suivants :
• Quelle est politique vis-à-vis des utilisateurs internes et vis-à-vis des visiteurs ?
• La solution doit-elle être avec un agent ou sans agent (agentless) sur le poste client ?
• Quelle est politique pour la mise en quarantaine des postes qui ont échoué à l'examen de la conformité ?
• Que faire du protocole http ? Faut-il le rediriger et où faire cela ?
Sécurité intégrée à Windows 7 et Windows 8

Beaucoup de progrès dans l'environnement Windows ont été effectués et qui sont à souligner. Ainsi sur Windows 7 :
• Plus de contrôle sur les comptes utilisateurs, ce qui permet de prévenir les modifications nécessitant les droits Administrateur (lors de l'installation de logiciels par exemple).
• Windows Defender, outil anti-spyware, a été ajouté.
• Le contrôle parental a été intégré.
• Le pare-feu personnel a été amélioré en intégrant actuellement la gestion de profils.
Sur Windows 8 :
• Windows Defender est devenu aussi un antivirus (uniquement anti-spyware sur 7)
• Un système SSO[4] associé au compte Microsoft (ex Live ID) qui permet de s'authentifier sur le poste client mais aussi sur tous les sites et applications Microsoft (MS Store, Jeux XBOX ..et.). Il est possible d'associer à ce compte un mot de passe gestuel ou visuel dit « Login-Picture »
• Il est aussi possible d'associer à ce compte un code PIN à 4 chiffres pour faciliter la connexion à votre PC ou compte Microsoft. Ce procédé appelé Login-PIN est déconseillé à moins d'être absolument certain que l'on est le seul à utiliser ce poste.
• Et bien sûr Windows Update qui a été maintenu sur Windows 7 et 8

» Conclusion

Comme nous venons de le voir, la sécurité du poste client qui est généralement le parent pauvre du budget sécurité de l'Entreprise nécessite de la part du RSSI ou du DSI, une certaine connaissance du parc, des postes client et de leur environnement (OS, Applications et connectivité). Leur sécurisation est une nécessité et doit s'appliquer par la rédaction et la mise en place d'une Politique de sécurité réfléchie tenant compte de l'environnement et des contraintes de l'Entreprise.

[1] Voir pour plus de détails l'article suivant http://cve.mitre.org/cgi-bin/cvename.cgi?name=CVE-2009-3459
[3] DLP (Data Leakage Prevention) ou solution anti-fuite de données qui n'est pas traitée dans cet article
[4] SSO : Single Sign On ou procédé d'authentification unique sur plusieurs systèmes ou applications.

L'optimisation des performances applicatives

Intégrateur de la solution d'APM (Application Performance Management) dynaTrace, le Groupe ilem a developpé un savoir-faire unique dans l'analyse et le diagnostic de la performance applicative.

» Un constat général

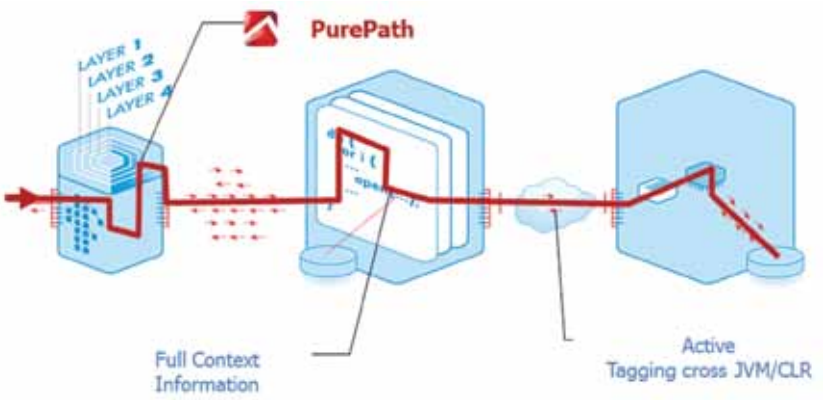
La montée croissante des architectures distribuées, la complexité des déploiements, la multiplicité des solutions mobiles et des technologies amènent souvent nos équipes IT à se rejeter les responsabilités lorsque tous les indicateurs de performances plafonnent dans le rouge.

Qui n'a jamais effectivement participé, dans ce même type de contexte, à la mise en place de la bien connue «task force», où tous les «experts» des différents domaines IT se succèdent avec un vocabulaire, des interprétations et des outils spécifiques et où le consensus autour de la solution ne sort que rarement gagnant?

Alors comment mieux anticiper, mieux communiquer et mieux partager autour d'un référentiel de métriques unique permettant de réconcilier aussi bien les acteurs du développement (développeurs, testeurs, intégrateurs et architectes) que ceux de l'exploitation et de la production (DBA, Ingénieur système & réseaux)?

» Reconstituer plutôt que reproduire

La technologie PurePath est un modèle unique de diagnostic et d'analyse indépendant de toute technologie.



Un modèle qui permet avant tout de «reconstituer» plutôt que de «reproduire».

Innovation au coeur de la conception de l'outil dynaTrace, cette technologie traverse tous les protocoles standards et toutes les couches applicatives distribuées multi-tiers au sein de votre infrastructure, pour reconstituer l'intégralité du contexte d'exécution de vos transactions métiers.
De par sa capacité d'instrumentation à chaud, dynaTrace, avec sa technologie PurePath, permet de «naviguer» visuellement de manière totalement intuitive et dynamique dans tous les axes («top-down» ou «bottom-up»), pour aboutir après quelques itérations et sans ambiguïté à l'origine du problème. ▸▸

» Tous réunis autour du PurePath

DynaTrace offre un modèle de métriques et de diagnostic présent tout au long du cycle de vie de vos applications, et pour tous les acteurs du SI: développement, recette et désormais production!

Dans cette gamme d'outils, combien d'entre nous n'ont pas été effrayés à l'idée de perturber en production à la fois le comportement et les performances de nos applications avec l'injection de «sondes» applicatives? Grâce à son innovation technologique, dynaTrace relève ce défi, avec un suivi permanent et exhaustif des performances, sans perturbation significative.

Doté d'un environnement de design de reporting avancé, dynaTrace s'impose désormais comme l'une des solutions APM d'entreprise «nouvelle génération » majeures.

» ilem grandit avec ses clients

Présent en Suisse, France et Maroc et fort de 175 spécialistes IT, ilem Group poursuit sa croissance pour devenir un acteur majeur dans la mise en place et l'optimisation des systèmes d'information.

Depuis plus de 10 ans, nous construisons des partenariats pérennes avec nos Clients (banques, assurances, organisations internationales, industrie... etc) basés sur la confiance, l'engagement et la qualité de service.

www.ilemgroup.com

ilem Group
Shore 14, Casanearshore Park,
Casablanca. +212 529 045 900

NEWS

» Samsung Galaxy lance Tab Kids au Maroc

Samsung a lancé dans le marché marocain la Galaxy Tab Kids, une tablette conçue spécifiquement pour les enfants avec des outils pédagogiques pré-installés incluant tous les dispositifs relatifs au contrôle parental que Samsung estime nécessaires pour la protection des enfants.

Le Samsung Galaxy Tab 3 est livré avec des applications pour enfants et un nouveau store d'application (Kids Store) pour télécharger des jeux, des applications pédagogiques et des applications d'e-books. La tablette offre également aux parents la possibilité de choisir les applications auxquelles ils veulent que leurs enfants aient accès à l'aide du Gestionnaire d'applications.

Développé spécialement pour les enfants, la GALAXY Tab kids inclut également une fonctionnalité de gestion du temps qui permet aux parents de fixer des délais précis pour l'utilisation. Lorsque la durée d'utilisation prévue est en place, un écran de verrouillage protégé par un mot de passe apparaît, nécessitant un adulte à entrer le mot de passe pour déverrouiller l'appareil. Cet outil aidera les parents à maîtriser le temps que leurs enfants passent devant la tablette.
La tablette pour enfant de Samsung est dotée d'un processeur dual core de 1.2Ghz. Sa RAM est de 1Go. Concernant les appareils photos, la tablette Galaxy Tab 3 Kids a un APN frontal de 3 mégapixels et un autre de 1.3 mégapixels à l'arrière. L'appareil est en mesure de jouer des vidéos en full HD et de se connecter via WiFi ou Bluetooth. Il tournera sous Android 4.1.
Une panoplie d'accessoires pour enfants, tels que la housse de protection ou le stylet seront également disponibles avec la tablette pour un confort inégalé.

A quoi sert le Big Data ?

Le Big Data est un terme utilisé pour définir une grande quantité de données, techniquement, se sont de nombreuses informations numériques que nous générons quotidiennement, un tas qui ne peux être traité par les systèmes traditionnels vu que plus le temps passe, plus la technologie avance, plus l'Homme produit plus d'informations numériques et plus cela devient ingérable.

Il paraitrait que le volume des données qui ont été générées depuis le début de la révolution informatique jusqu'à l'année 2003 et le même des données qui ont été générées en l'année 2011 toutes les 48 heures. Et c'est là où entre en jeu le Big Data qui permettrait le traitement de ces données malgré leurs volumes, en un temps moindre. Bien évidemment une économie de temps engendre un gain d'argent et c'est ce qui fait que ce terme est généralement évoqué dans le domaine du commerce en ligne.
Economiquement, une analyse rapide des données des clients d'une société par exemple, aura l'effet de pouvoir reconnaitre leurs attentes et leurs besoins rapidement et faire ce qu'il faut pour qu'ils soient satisfaits, qu'ils puissent consommer par la suite et payer pour les services qu'on leurs aura offert.
L'analyse produite par le Big Data cible les données des sites web, des smartphones ou encore de l'audience des sites, donnant le nombre de visiteurs en une durée moyenne et les pages les plus fréquentées par les internautes. Les internautes donnent eux même toutes les informations nécessaires quand ils font leurs inscriptions sur un site internet sachant ou ne sachant pas que ces informations serviront plus tard à les fidéliser par rapport à une quelconque société.
Mais le Big Data ne s'arrête pas au commerce brute, cela sert politiquement dans le sens où il est reconnu que pendant les élections aux Etats Unis, cette analyse de données a servi à la compagne de Barack Obama pour connaître l'avis de la population votante pour une certaine compagne électorale. Dans la recherche scientifique qui produirait d'innombrables informations, le Big Data fait en sorte que non seulement ce soit stocké mais en plus que cela soit traité et géré rapidement.

Wafaa BAKKALI
wafaa@jankari-consulting.com

NEWS

Disway annonce lance ses tablettes sous la marque YOOZ

Disway, distributeur de matériel informatique au Maroc annonce la commercialisation d'une nouvelle marque IT sous le nom de YOOZ et démarre son lancement sur le marché marocain et tunisien avec 3 tablettes tactiles.

Les prévisions annoncent une croissance de près de 80% sur le marché des tablettes au niveau mondial à horizon 2017 (source IDC). Les prévisions IDC annoncent une croissance en 2013 de 20% au niveau mondial sur le segment des SMDs (Smart Mobile Devices : tablettes et smartphones) dont 40% de croissance sur le segment des tablettes.
Les analystes annoncent, par ailleurs, une croissance de près de 80% sur le marché des tablettes au niveau mondial a horizon 2017 (source IDC).
Avec près de 80 mille unités vendues par an au Maroc, le marché des tablettes connaît une croissance indiscutable. La gamme de produits Yooz démarre avec la commercialisation de trois tablettes. Les produits Yooz seront disponibles a travers le large réseau de revendeurs de Disway. Les tarifs varient entre 749 DH et 2190 DH.
Pour en savoir plus :
http://www.yoozgroup.com

Une simplicité et une puissance tout simplement révolutionnaires.

Solution PowerEdge VRTX.

The power to do more

Découvrez la nouvelle solution Dell PowerEdge VRTX. La première et unique solution complète d'intégration réseau, de serveurs, de stockage et de gestion dans un seul châssis simplifié au format 5U.

Jusqu'à présent, aucune solution informatique n'avait été spécifiquement conçue pour l'environnement de bureau. Le modèle Dell PowerEdge VRTX optimisé par le processeur Intel® Xeon® fait maintenant son entrée. Il s'agit d'une solution intégrée de bout en bout, élaborée spécialement pour les environnements de bureaux en croissance. La seule plateforme PowerEdge à infrastructure partagée au format 5U conçue en fonction du ressenti de plus de 7000 clients, et comprenant quatre serveurs intégrés, jusqu'a 48 To de stockage, les outils réseau et gestion pour rendre l'IT d'une simplicité et d'une puissance tout simplement révolutionnaires. Vous l'avez souhaité. Nous l'avons construit.

Apprenez d'avantage sur le PowerEdge VRTX sur Dell.com/VRTX ou
contactez nous sur le 0522 509 781 et/ou par email: Karim_Azgaou@DELL.com

*Configuration de base 2 Serveurs lame + 3TB Stockage Partagé + 8-Ports x 1Gb.

intel inside™ Xeon®

Dell PowerEdge VRTX est une marque commerciale de Dell Inc. Intel, le Logo Intel, Xeon et Xeon Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays

Radioscopie de l'offshoring au Maroc

L'offsoring est devenu au fil des années un secteur porteur de l'économie marocaine. Pour preuve, il a généré un CA de 8 milliards de DH en 2012 avec la création de plus de 57 mille emplois crées, toutes filières confondues. Radioscopie.

Le chiffre d'affaires du secteur de l'Offshoring a atteint près de 8 milliards de dirhams (MMDH) en 2012, tandis que les emplois du secteur, toutes filières confondues, sont estimés à 57 000. Près de 130 entreprises, dont une palette de référence internationale, sont installées dans les plateformes Offshoring.

L'offshoring est l'un des secteurs les plus porteurs de l'économie nationale. De ce fait, une offre offshoring compétitive et adaptée aux besoins des investisseurs dans ce secteur a été proposée. L'objectif étant la réalisation d'un chiffre d'affaires à l'export de 20 MMDH d'ici 2015, à travers la création de 70.000 emplois durant la période 2009-2015, et ce pour atteindre près de 100.000 emplois à terme. L'offre marocaine préconisée pour le développement de ce secteur est entrée en vigueur depuis l'année 2007 et confirmée par le Pacte National pour l'Emergence Industrielle (PNEI) en 2009.
Cette offre s'articule autour des volets suivants, une offre d'infrastructures et de services aux investisseurs aux meilleurs standards internationaux, à travers le développement de P2I (Plateformes Industrielles Intégrées) dédiées au secteur de l'offshoring, un cadre fiscal incitatif attractif (contribution de l'Etat liée à l'IR) et un dispositif de développement des ressources humaines qualifiées (aide à la formation, plan de formation).

» 55.000 emplois créés à fin 2012 et 8 milliards d'euros de revenus à l'export

Un plan national de formation pour le secteur de l'offshoring a été également élaboré en plus du lancement d'initiatives spécifiques pour répondre à des besoins urgents des entreprises du secteur à l'instar du programme «Call Academy», destiné à répondre aux besoins des centres d'appels en matière de formation en langue française.

Abderrafie Hanouf,
DG de MedZ Sourcing

Sous l'effet de la conjoncture internationale, et notamment la baisse d'activité des clients européens, en particulier français qui restent les premiers donneurs d'ordre du secteur au Maroc, le secteur a connu un net ralentissement depuis début 2013, après une décennie de croissance à 2 chiffres.
Pourtant, le secteur a atteint à mi-parcours, environ 50% des objectifs définis pour 2015 : Plus de 55.000 emplois créés à fin 2012 (100.000 en 2015) et près de 8 milliards d'euros de revenus à l'export (20 milliards à l'horizon fixé). Ces dernières années ont été exceptionnelles pour le secteur en termes de croissance (18% l'an) et de création d'emplois (de l'ordre de 5.000 nets par an). Dans son ensemble, l'offshoring occupe le 6e rang des secteurs marocains les plus générateurs de revenus à l'export.

Afin de préserver la compétitivité de la destination Maroc, une étude sur l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie offshoring a été lancée, afin d'actualiser cette dernière, au regard des changements qu'a connu le secteur au niveau mondial et national, et doit aboutir notamment à un ajustement des ciblages métiers et marchés et de la proposition de valeur Maroc.

Le gouvernement et les professionnels n'ont aujourd'hui d'autres choix que d'accélérer la définition de la nouvelle offre.

L'année 2014 verra donc l'annonce d'une batterie de mesures pour insuffler une nouvelle dynamique awu secteur, afin de lui permettre de renouer avec la croissance à deux chiffres.

SAP Partner

Systems Integration Consulting Services
SAP ERP
Business Intelligence

Your Value Creation Partner

www.valuepass-consulting.com

Casablanca, Technopark, BP 16570 - Casablanca - Maroc - Tel : +212 522 21 84 49 - Fax : +212 522 52 14 55

Offshoring : une nouvelle feuille de route pour 2019

En partenariat avec le Ministère en charge de l'économie numérique, Medz Sourcing a lancé une étude sur l'évaluation de la mise en oeuvre de la stratégie offshoring. L'objectif étant de mettre en place une feuille de route pour les 5 ans à venir et surtout promulguer des mesures à même de redynamiser un secteur porteur et prometteur en termes de création d'emplois mais également de création de valeur. Les détails.

Cinq ans après le démarrage de la mise en œuvre de la politique nationale de développement du secteur de l'offshoring au Maroc et trois ans après la signature du Pacte National de l'Emergence Industrielle, le contexte local et international a connu de nombreuses évolutions.

La dynamique actuelle du marché de l'offshoring diffère sensiblement de ce qu'elle était à l'époque de l'élaboration de la stratégie Maroc qu'il convient aujourd'hui de remettre en perspective et de ''rafraîchir'', au regard des changements qu'a connu le secteur, et des réalisations des acteurs clés, en particulier du Groupe CDG.

En effet, le secteur de l'offshoring s'est enrichi de nouveaux acteurs, à la fois au niveau des marchés capteurs et des marchés émetteurs, mais aussi de nouvelles connaissances et pratiques, sur lesquelles il convient de capitaliser pour poursuivre durablement la croissance de cette industrie au Maroc.

Dans ce contexte, marqué aujourd'hui par une crise qui s'installe, le Maroc a globalement atteint les macro-objectifs qu'il s'était fixés, notamment en termes de création d'emplois et il est important de revoir ces ambitions pour la période qui s'ouvre.

» Une nouvelle proposition de valeur Maroc à l'horizon 2019

Medz Sourcing s'inscrit dans un écosystème de développement de l'Industrie de l'offshoring au Maroc, aux côtés notamment d'autres acteurs institutionnels que sont le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'économie numérique et de l'Agence Marocaine de Développement des Investissements.

Moulay Hafid El Alamy
Ministre du Commerce, de l'industrie et de l'économie numérique

Le rôle de chaque P2I, actuelle ou en construction, est également tributaire des évolutions que seront amenés à connaître l'environnement sectoriel local et international en général et le positionnement de l'offre Maroc et de Medz Sourcing en particulier.

Compte tenu de tous ces éléments, Medz Sourcing a lancé une étude sur l'évaluation de la mise en oeuvre de la stratégie offshoring. À cet effet,Medz Sourcing a sollicité l'avis du Ministère de l'Industrie, du Commerce et de l'économie numérique en vue du lancement de cette revue à mi-parcours de l'offre offshoring, pouvant aboutir notamment, à des orientations stratégiques et d'ajustement des marchés cibles, de la proposition de valeur Maroc et de la stratégie promotionnelle de Medz Sourcing.

Les livrables attendus :

- Bilan des réalisations et évaluation globale de l'offre Maroc
- Revue stratégique et nouveaux objectifs stratégiques
- Ciblage métiers/marchés
- Positionnement du Maroc,
- Nouvelle proposition de valeur Maroc (incentives, Formation, Télécom, P2I...)
- Benchmarking de best practices des pays additionnels tels qu'identifiés lors de la phase 2
- Stratégie globale, promotionnelle marketing et commerciale

L'objectif étant de mettre en place une feuille de route pour les 5 ans à venir et surtout promulguer des mesures à même de redynamiser un secteur porteur et prometteur en termes de création d'emplois mais également de création de valeur.

M-SecureIT Managed Services

Sécurisez votre Infrastructure Web et E-commerce !

Auditez :

acunetix

- ✓ Scanner vulnérabilités Web: XSS, SQL injection …etc. Mise en évidence au niveau du code !
- ✓ Scanner étendu à Ajax, Web2.0, JSON, XML et SOAP.
- ✓ Outils avancés Tests d'Intrusion : éditeur HTTP, Sniffer, Fuzzer ..etc.
- ✓ Rapport de conformité: PCI-DSS, HIPAA, OWASP Top 10
- ✓ Prestigieuses références : **Pentagone, US army, US Air Force, NASA, British Telecom, Nokia, Siemens, HSBC, Deutche Bank, Crédit Suisse, American Express ..etc.**

www.m-secureit.com

Protégez :

FortiWeb de FORTINET

- ✓ Firewall Applicatif protège jusqu'à la couche applicative
- ✓ Protège contre les attaques : XSS, injection SQL , dépassement de buffer, déni de service, brute force cookie poisoning …etc
- ✓ Accélère le trafic (crypté), load balancer (partage sur une ferme de serveurs), routage avancé
- ✓ Module d'auto-apprentissage pour un paramétrage automatisé
- ✓ Module anti-fuite de données (pour les cartes de crédit par exemple)
- ✓ Conformité : PCI-DSS, HIPAA, OWASP Top 10
- ✓ Prestigieuses références : **British Telecom, Siemens, SFR, Leica, Fujitsu Canada, Orascom Telecom, Vmware, Ministère de la culture et de la communication, Volkswagen Mexique..etc.**

• M-Secure IT • Tél: 05 22 502 202 • E-mail : info@m-secureit.com

Comstor, distributeur global de Cisco, lorgne le marché du Maghreb

Comstor, la filiale du groupe mondial Westcon Group, renforce sa présence en Afrique à travers le lancement de ses activités dans la région du Maghreb. Dans une interview accordée à Maghreb Digital, le directeur régional des ventes, Tidiane Lo, dresse la feuille de route de la stratégie de développement de Comstor en tant que distributeur à valeur ajoutée spécialiste des solutions Cisco en infrastructures réseaux, en collaboration et en data center.

Tidiane Lo
Directeur régional des ventes Comstor

» Maghreb Digital : En tant que distributeur Cisco, quelles sont les motivations de votre positionnement sur le marché marocain et maghrébin ?

Tidiane Lo : La filiale du groupe mondial Westcon Group, Comstor, souhaite, à travers son implantation au Maghreb, faire profiter les intégrateurs et SSII partenaires de l'expertise globale de ses équipes commerciales et techniques et de ses relations solides avec Cisco.

Certes, l'opération du rachat d'Afina par notre groupe Westcon en 2011 a accéléré notre stratégie de positionnement sur le Maghreb.

Et pour cause, notre entreprise compte capitaliser sur la préexistence d'une équipe locale pour distribuer l'éventail complet des solutions Cisco : i
nfrastructure, sécurité, mobilité, télé-présence et Data Center...

L'intérêt pour le marché maghrébin découle aussi de la volonté d'alignement stratégique de Comstor sur son partenaire Cisco, déjà fortement présent sur la région EMEA (Europe Middle East & Africa).

Sur un autre registre, la région du Maghreb recèle un potentiel de croissance accrue en matière d'équipement des entreprises en solutions réseaux, télécommunication et Datacenter.

» Quels sont vos objectifs en terme de chiffres d'affaires et votre feuille de route de segmentation et d'approche du marché ?

Concrètement, notre objectif sur l'année fiscale 2014 est de réaliser un chiffre d'affaires de l'ordre de 6 millions de dollar dont 35% au Maroc. Le positionnement de notre offre se focalise sur le segment de SMB (small and medium-size business) avec une approche sectorielle verticale (gouvernement, hôtellerie, pétrole & gaz et tourisme).

Notre ambition de développement sur le Maghreb passe par la disponibilité de nos différents services de supports au profit de nos partenaires et clients : commercial, logistique, marketing et financier. Notre unité de stockage de pièces en Angleterre de plus de ▸▸

▸▸ 100 millions de dollar permet avec un engagement de livraison de moins de 4 jours partout au Maghreb.

Parallèlement, nos clients peuvent profiter de conseils, de la validation des configurations système, d'une aide au déploiement des solutions et du support de l'équipe d'ingénieurs avant-vente.

En outre, Comstor s'engage à les aider à la souscription aux contrats de services Cisco avec l'offre d'un système d'achat global basé sur la simplification de l'exécution des commandes d'achats et l'expédition directe aux différents pays du Maghreb.

» Quelle approche comptez-vous adopter pour dresser les marchés du Maghreb ?

Au Maroc, nous disposons déjà d'une équipe de 7 personnes. Parallèlement, nous sommes en train de recruter un responsable des comptes (Account manager) en Algérie. Il sera chargé d'assurer le suivi aussi bien du marché algérien que tunisien.

Nous comptons, également, recruter un réseau de partenaires à travers la région tout en assurant la certification de leurs équipes.

Nous estimons que le capital humain est au cœur de notre stratégie de développement à travers un investissement massif dans la qualification et la certification de nos partenaires.

Propos recueillis par Rachid Jankari

Association
Sourire de Reda
Pour venir en aide aux jeunes en souffrance dans la prévention du danger de l'isolement et des passages à l'acte
Stop Silence
sourire de reda
www.sourire2reda.org
@sourirederedа

NEWS

» Disway devient distributeur Jabra en Afrique Francophone

Disway et Jabra ont signé récemment un accord de partenariat pour la distribution des produits Jabra en Afrique Francophone.

Ce partenariat a pour principal objectif l'accélération du développement et de l'adoption des technologies audio de Jabra à usage professionnel et personnel.

« Nous sommes certains que la combinaison des produits de pointe qu'offre Jabra et la présence indéniable de Disway à l'échelle régionale, sa maîtrise du marché et son large réseau de distribution permettront à notre marque d'être plus proche des partenaires et des clients finaux » affirme Hanny Hanna, manager Régional Business Solutions MEA et Turquie chez Jabra.

« Jabra est une marque à forte notoriété, qui est en adéquation avec les besoins de notre portefeuille clients et permettra ainsi d'enrichir notre offre produits. La forte progression de la voix sur IP et de la mobilité représentent un réel potentiel de croissance pour les produits Jabra, reconnus mondialement pour leur qualité » explique Hakim Belmaachi, président du directoire de Disway.

Le focus de Jabra sur le territoire africain est réparti sur différents marchés verticaux dans le segment professionnel. Son nouveau partenariat avec Disway lui assurera une croissance sur le marché des centres d'appels grâce à une nouvelle gamme innovante et certifiée de produits dédiés à cet usage.

Disway ayant une expérience solide sur le marché des solutions de téléphonie Cisco et Microso Lync, Jabra prévoit également de se développer au sein de ce segment. Courant 2013, Jabra a annoncé le lancement de ses nouveaux appareils audio co-développés avec Cisco : Le Jabra Speak 450 et le Jabra Combiné 450.

Appareil photo : j'ai testé le Samsung NX1000 !

Wafaa Tajri
contact@jankari-consulting.com

Le Samsung NX1000 est un appareil photo hybride situé entre les compacts et les professionnels muni d'une connectivité Wi-Fi. Nous l'avons testé pour vous.

Chaque photo raconte une histoire. C'est bien vrai ! Et voici un excellent appareil photo hybride qui fera certainement le bonheur à la fois des amateurs et des professionnels, conteurs magiques d'histoires et de souvenirs.

D'une taille assez petite, le Samasung NX1000 tient parfaitement bien en main. L'appareil qui fait partie de la gamme d'hybrides Samsung est doté d'un objectif interchangeable et d'un excellent flash pour réussir de belles photos nocturnes ou dans des endroits très sombres. Avec le Samsung NX1000, vous pouvez faire des mises au point automatiques ou manuelles, tout dépend de vos connaissances en matière de prise de vue. En plus des modes classiques (A, P, M), le mode SMART permet de sélectionner automatiquement le mode le plus adapté parmi les différents modes intégrés dans l'appareil et d'utiliser les réglages nécessaires pour avoir le meilleur rendu.

Le Samsung NX1000 intègre les fonctions Wi-Fi avec le bouton/raccourci Smart Link sur le boitier qui vous permet, sans passer par le menu, de partager vos photos directement avec un smartphone, des réseaux sociaux comme Facebook ou Picasa ou encore par email.

L'appareil permet de prendre de belles vidéos en Full HD 1080p en plus des options Panorama et Panorama 3D. Par ailleurs, des effets et une dizaine de filtres directement depuis l'appareil vous permettent de modifier vos photos avant de les transmettre ou de les partager.
La durée de fonctionnement de la batterie est correcte (160 min / 320 captures) ce qui permet de prendre des vidéos assez longues.

Fiche technique

Capteur image
- Type de Capteur : CMOS
- Taille du Capteur : 23.5 x 15.7 mm
- Pixels effectifs : Env 20.3 Millions de pixels
- Total pixels : Env 21.6 Millions de pixels
- Filtre couleurs : Filtre de couleurs primaires RVB

Stabilisation de l'image
- Type : Dépend de l'objectif NX

Affichage
- Type : TFT-LCD
- Taille : 3"
- Résolution : VGA (640 x 480) 921k points
- Champ de vision : Approx. 100%

Vitesse d'obturation
- Type : Obturateur à défilement vertical contrôlé électroniquement

Mode de prise de vue
- Mode : Simple, Continu, Rafale (5 Mp seulement), Retardateur, Bracket (AE / WB / PW)
- Continu : RAW : Haute (8 fps), Basse (3 fps) sélection allant jusqu'à 8
- Mode bracketing : Auto Exposure Bracket (±3 EV), WB, PW
- Retardateur : 2 - 30 sec. (1 sec / incrément)
- Déclencheur photo : Via port Micro USB

Objectif
- Accroche murale : Samsung NX
- Objectifs utilisables : Samsung NX

Système anti-poussière
- Type : Supersonic drive

Mise au point
- Type : Mise au point à correlation de contraste
- Mode : Mise au point automatique: simple / continue et mise au point manuelle
- Point de mise au point : Sélection: 1 point pour sélection libre Multi : Allant de 15 (Normal) à 35 points (Gros plan) de mise au point
- Lampe assitance auto focus : Oui

Exposition
- Système de mesure : Système métrique : Multi, Centré, Spot Plage métrique : EV 0 - 18 (ISO 100 • 30 mm, F2)
- Compensation : ±3 EV (1/3 EV par incrémentation)
- Blocage exposition : Déclencheur à moitié enclenché
- Equivalent ISO : Automatique, 100, 200, 400, 800, 1600, 3200, 6400, 12 800 (par pas de + / - 1 ou + / - 1/3 EV)

Balance des Blancs
- Mode : Automatique, Lumière du jour, Nuageux, Fluorescent (L, N, D), Tungstène, Flash, Programmable, K (Manuel).

ACCENT

>> TABLETTES ACCENT WINDOWS8.1

Tactile
2-en-1
Avec ACCENT je
Avec ACCENT je reste connectée à mes amis
Avec ACCENT je réussis mes études
Avec ACCENT je cherche un travail
Avec ACCENT j'ai une tablette et un PC 2en1

>> **10,1"** : TB1010 / TB 1020 / TB1030
>> **11,6"** : TB1160 / TB1162

Intel® Dual Core / IPS (1280x800) / 2GB DDR3 // 32GB / 64GB MSSD / Mini USB / HDMI
WiFi / (En option: 3G) / Windows8.1 / Office Microsoft

Windows 8

>> TABLETTES ACCENT ANDROID

>> **7"** : EAGLE7 3G
>> **8"** : DAKAR8 / TOUAREG8 3G
>> **10"** : ATLAS10 / NOMADE10 3G

Dual Core / Quad core / IPS (1024x768) / 512 MB / 1GB // 8GB / 16 GB / Mini USB / WiFi
(En option: 3G / GSM / GPS) / 2x Camera / Android 4.2

android

Disponible chez Marjane, Carrefour, Electroplanet, Aswak Assalam et les Revendeurs Agréé

dbm Maroc

Lot N° 181, Zone Industrielle Sud-Ouest Mohammedia - Maroc
Tél.: +212 5 23 30 30 27 / 41 23 / +212 5 23 31 60 98 / 05 43
Fax: +212 5 23 31 31 29 / 32 73 33
Email: marketing@accent.ma

accent.ma

Quel avenir pour les DSI au Maroc?

Fouad.Benjoudar@bull.ma

Mutation. D'un rôle de gestion au quotidien de tâches de maintenance technique pour garantir une bonne disponibilité aux clients (internes ou externes), nous allons voir dans un avenir proche les DSI migrer vers des rôles de médiateurs/conseillers en information pour leurs usagers. Analyse.

Nous assistons déjà depuis quelques temps à la prise d'autonomie des directions métiers quant à leurs choix et achats informatiques. Les raisons sont diverses et variées: rajeunissement de la pyramide des âges avec des collaborateurs ayant vécus dans l'ère du multimédia, connaissance de son propre métier et exigences, changement dans les usages et modes d'accès...la liste est longue et il faudrait plus de temps pour étayer sur ce sujet.

Cette autonomie ne fera que croître au fur et à mesure du temps non sans remise en question fondamentale du rôle du DSI.

D'un rôle de gestion au quotidien de tâches de maintenance technique pour garantir une bonne disponibilité aux clients (internes ou externes), nous allons voir dans un avenir proche les DSI migrer vers des rôles de médiateurs/conseillers en information pour leurs usagers.

La réduction des infrastructures internes et les économies d'échelle induites par le cloud vont engendrer un changement fondamental pour les DSI. Les DSI auront alors un rôle de chef d'orchestre pour faciliter en toute sécurité la communication des informations sous forme de données à partir du Cloud (public ou privé).
La finalité d'un système d'information ayant toujours été de permettre à ses utilisateurs de prendre les bonnes décisions sur leurs activités, il y a fort à parier ENFIN sur l'émergence également d'une nouvelle fonction pour le DSI: celui de «transformateur» des données en informations pertinentes. Le décisionnel n'est qu'à l'aube de ses promesses!

Fouad Benjoudar
Directeur de l'activité Cloud Computing

Nous avons au Maroc aujourd'hui une excellente opportunité de garantir une réelle transformation des métiers IT d'hier vers une industrie forte du logiciel en mode SaaS destinée au marché interne mais également à l'export.

A la condition de veiller à un minimum de souveraineté pour que les promesses du Cloud Computing et Big Data soient réellement source de valeur.

BIO-EXPRESS

Fouad Benjoudar
est Directeur de l'activité Cloud Computing chez Bull Maroc. Son expertise autour des SI couvre les domaines de l'architecture IT, systèmes, sécurité, les solutions de collaboration, le développement de logiciels, l'externalisation, la délocalisation et les questions juridiques liées aux technologies de l'information. Fouad Benjoudar a une passion pour le développement des personnes et de l'incubation des talents pour l'avenir, et consacre une part importante de son temps à des initiatives de développement. Après 19 ans d'expérience, il a rejoint Bull Maroc il y a quelques mois. Auparavant, il a occupé différents rôles de management en France et au Maroc avec de grands intégrateurs de systèmes, des sociétés de logiciels et constructeur informatique.

Jankari Consulting

RSSI

RESPONSABLES
DE LA SECURITE DES
SYSTEMES D'INFORMATION

Une base électronique actualisée des Responsables de la Sécurité des Systèmes d'Information

Une base qui référence **100 RSSI** du secteur **privé** et **public**

Champs de la base électronique :
Nom & prénom, tél, fax, e-mail
secteur d'activité, site web de l'entreprise

Une mise à jour régulière et en flux
depuis 2009

Un engagement de service après vente
pour la mise à jour de la base

Pour plus d'informations visitez
www.maghreb-digital.com/rssi

+(212) 5 22.873.809

commercial@jankari-consulting.com

/maghreb.digital

/maghreb_digital

La fin de la radiotélévision (Partie 2)

» Les nuages inquiètent européens et américains

Ses parents étaient obligés de consommer sur plusieurs écrans, d'investir dans la télévision, dans l'ordinateur, l'iPad, la Hi Fi, le CD/DVD et l'offre de la vidéo sur demande (VOD) était limitée, à ses débuts et coûteuse... Pourtant, reconnait-il, à l'époque, le futur s'annonçait déjà puisque, en 2015 par exemple :

- Dès la fin de la première décennie du 21ème siècle, contenus et services basés sur le « cloud computing » étaient déjà offerts aux consommateurs des contenus, médiatiques notamment, par les majors de l'Internet (Amazon, Google, Apple...), de sorte que même des organismes gouvernementaux avaient commencé à recourir aux services du cloud, tout en se posant des questions inquiétantes pour les gouvernements sur la sécurité et la protection des données (annonce en 2012 d'une « Stratégie européenne de cloud computing » par la Commission Européenne alors que le Congrès américain demandait, en Avril 2011, à son gouvernement, dans un projet de loi, « Cloud Computing Act », de négocier, à l'échelle intergouvernementale, des « lois cohérentes relatives à la sécurité en ligne et le cloud computing »)
- En 2015, la puce informatique de la taille d'un globule blanc datait déjà de plus de cinq ans
- L'écran TV pliable et accrochable datait de plus de cinq ans, en 2015 toujours
- Le numérique était désormais le seul mode de diffusion dans le monde entier pour la télévision et largement pour la radio
- En 2013, la télévision était la 1ère source d'information pour 58% des français et pour 47% des américains, mais la source Internet avançait à grand pas : l'adulte américain, par exemple, s'y abreuvait 5h par jour, contre 4h30 devant la télévision
- La même année (juin 2013), en Afrique, on relevait qu'il y avait, au Maroc par exemple, pays de 33 millions d'habitants à l'époque : 20 millions d'internautes; 5 millions d'abonnés à l'Internet dont près de 84% à accès 3G; 5 millions de comptes Facebook; 112 000 comptes Linkedin...
- En 2012, les supports médiatiques personnels les plus utilisés par les consommateurs médias en France étaient : l'ordinateur personnel à 69% (68% aux USA), le téléphone portable ordinaire à 52% (46% aux USA), les Smartphones à 45% (44% aux USA), les Tablet ou iPad à 15% (20% aux USA)...Au total, ces quatre supports, hors donc le canal de la télévision classique linéaire, concentraient 93% de la consommation des contenus audiovisuels en France et 94%

Jamal Eddine NAJI
Directeur général de la HACA
Fondateur de la Chaire Unesc encommunication publique et communautaire.Rabat.

aux USA ! La VOD était également, la même année, sur une courbe ascendante (20% de la part de la consommation télévisuelle, 29% aux USA), alors que la diffusion du télévisuel directe sur le Net (« Live Broadcasting »), accaparant plus de 50% de la consommation TV en Europe et en Amérique du Nord (Canada compris), atteignait 90% au Royaume Uni..! Autant dire que la télévision ne passait plus que par la « Toile »...L'araignée Internet permettait déjà à de plus en plus de consommateurs, surtout les jeunes, à se « fabriquer » leur propre télé, leur propre programmation ...sur mesure! C'était déjà l'usage devenu commun chez la génération baptisée à l'époque « génération C » (pour génération connectée).

» Compte à rebours d'une disparition annoncée

En somme, le monde de Mohammed était déjà en marche en 2012/2013...Un monde qui présente une offre télévisuelle avec dynamique de non linéarisation , avec diversification de plateformes ou supports de visionnage, aboutissant à des contenus personnalisés, de haute qualité technique (image, son, débit...), adaptés à chaque consommateur selon ses choix de supports de consommation, ses moments préférés pour consommer tel ou tel type de contenus, selon sa propre programmation, tenant compte de sa ou ses langues d'accès etc.

A l'origine de ce bouleversement, par rapport aux débuts du 21ème siècle, fût l'Internet qui vite s'engouffra dans le grand écart qui existait alors entre ce que les consommateurs ▶▶

▶▶ médias demandaient et ce que l'industrie médiatique, télévision en tête, proposait... « On regardera toujours la télévision de manière linéaire, en direct, pour la finale du championnat du football américain ou pour les événements d'actualité, mais si vous êtes le propriétaire d'une station de télévision, vous êtes dans la même position qu'un journal, il y aura d'autres moyens de regarder les contenus et vous allez rencontrer des difficultés », prévenait alors, en 2013, comme par prophétie, un analyste américain (Jim Nail) réputé spécialiste de la médiasphère mondiale. Pas si prophétique que cela finalement puisque, en 2013 déjà, audiences et annonceurs à travers le monde devenaient de plus en plus nombreux à prendre leur chemin vers ces supports « personnalisés », qui offrent « vitesse et confort personnalisés », pour reprendre le slogan publicitaire d' « Elle », le laptop- œil chinois qui a tant séduit Mohammed.

Alors, vous, qui êtes de ce jour, en l'an de grâce 2013, êtes-vous en mesure de lire dans vos technologies et usages actuels, les signes avant-coureurs du monde de demain, le monde de Mohamed? Un monde qui conjugue au passé télévision câblée, télécommande (canne d'assisté de l'homme du 20ème siècle!), équipements d'appoint ou de secours (1er écran, 2ème écran, plasma TV, iPad...).

Un monde dépassé où la satisfaction de vos besoins en contenus audiovisuels est planifiée d'avance par des politiques (« politiques publiques » pour « Radiotélévision de service public »), par des régulateurs, avec une offre soumise à une programmation dans le temps, à un plan d'offre (diffusion) qui ne vous demande guère votre avis et qui, comme les trains, décide seul des horaires de départ et d'arrivée, des escales (pubs) comme de changements d'horaires saisonniers...

Vous pouvez dès maintenant entrevoir la marche du futur, le monde du jeune Mohammed, un monde qui parlera au passé des chaines satellitaires « on line » (à quelques survivants près, peut-être pour le sport et les actualités politiques et boursières), de la DSL (« Digital Subscriber Line »), des câblodistributeurs qui, pour l'instant, font le bonheur de la VOD et une probable faillite des chaines traditionnelles...

IL vous suffit d'y croire... Toute performance envisagée au futur, n'a-t-elle pas à l'origine une foi, la croyance de ceux qui l'envisagent ou rêvent qu'ils sont capables de l'atteindre? Demandez à l'Homme qui foule de ses pieds la surface de la lune et bientôt Mars... Demandez à l'ingénieur/peintre médiéval Léonardo Da Vinci, ancêtre des aviateurs...
Demandez à Usein Bolt qui risque d'être celui qui annonce de nos jours le futur d'un coureur de 100m à moins de 9 secondes, 8, 7... Compte à rebours pour la disparition de la télévision, radio, régulation, cahiers des charges, grille des programmes, etc. ... Ne raisonne-t-il pas déjà dans vos oreilles ce compte à rebours? Sommes-nous à 100 mètres de la disparition de notre présent audiovisuel actuel ? A vous de jauger, juger, mesurer et chronométrer...L'inouï qui arrive!

NEWS

Méditel lance la 4ème édition de son concours Apps Challenge

C'est parti pour la 4ème édition du méditel apps challenge. Premier évènement du genre au Royaume, le méditel apps challenge invite la communauté Geek marocaine à développer des applications mobiles inventives pour mettre leurs compétences au service de leurs concitoyens. L'évènement accueillera comme chaque année tous les passionnés de nouvelles technologies et du mobile. De débutant à expert, chacun aura sa place dans la compétition.
Les candidats auront jusqu'au 31 janvier 2014 pour déposer leurs applications mobiles sur le site Web : www.meditel.ma/appschallenge.
En lançant la 4ème édition de ce concours inédit au Maroc, méditel confirme son engagement auprès des jeunes talents, et les accompagne dans le développement et la promotion d'applications mobiles 100% marocaines.
Fort de nombreuses success-stories, le méditel apps challenge est devenu en l'espace de 4 ans une passerelle entre l'innovation et l'entreprenariat, et un label pour les jeunes développeurs marocains.
Depuis le lancement du concours, une dizaine d'applications ont été mises en ligne et ont enregistré 60 000 téléchargements à ce jour. méditel est ainsi devenu le partenaire privilégié des jeunes développeurs pour la promotion de contenus locaux adaptés en leur offrant l'opportunité d'appréhender, grandeur nature, le potentiel économique de leurs applications.
Le méditel apps challenge renouvelle cette année sa volonté de révéler des concepts innovants et pratiques où la technologie contribue à améliorer le quotidien de nos concitoyens. On peut citer, à titre d'exemple, les applications «Khadamat» et «e-maroc» qui ont remporté un franc succès lors des éditions précédentes. La première regroupe un ensemble de services utiles et géo localisés, et la seconde informe les citoyens des procédures administratives en
vigueur.
Nouveauté de cette 4ème édition, méditel met à la disposition des candidats un support technique et marketing. Des séances de coaching avec des experts seront programmées tout au long du concours pour accompagner les candidats dans la finalisation de leurs projets. A la clé, une Fiat 500 est offerte au développeur de l'application gagnante.

Le progrès technique : une calamité, une nécessité ou une chance ?

elfakir.aouatif@gmail.com

BIO-EXPRESS

Aouatif El Fakir

est économiste. Diplômée de la première promotion de l'Ecole Nationale de Commerce et de Gestion de Settat, elle a une première expérience professionnelle chez L'Oréal Maroc avant de reprendre ses études. Elle obtient un Diplômé d'Etudes Approfondies en management de la technologie et de l'innovation et un doctorat en économie de l'innovation de l'Université Paris Dauphine. Elle s'intéresse aux thématiques de la technologie, des systèmes d'innovation et de l'économie du développement. Elle a publié de nombreux articles et communications sur ces sujets. Aouatif El Fakir a reçu le Prix du meilleur article en sciences économiques de la Fondation Arabe de Science et Technologie en 2008.

Aouatif El Fakir

En Arabie, en Inde et Au Maroc, les individus et les groupes sociaux subissent un progrès technique venu d'ailleurs, imposé par un marché global en l'absence d'une politique nationale voire nationaliste qui pourrait rendre ce progrès endogène soit via l'éducation, la production ou les services publics. Le bénéfice du progrès technique ne peut être réel que quand il touche d'abord la sphère de la production avant la sphère du marché. Analyse.

La trilogie « Villes de Sel » d'Abderrahman Mounif décrit de façon magistrale l'épopée de la découverte du pétrole en Arabie Saoudite au début du XXème siècle.

L'impact de la technologie, l'expropriation et la transformation radicale de l'économie était d'une brutalité inouïe dans une société autarcique vivant du commerce, de l'élevage et dans une moindre mesure de l'agriculture.
Mounif décrit l'effarement caricatural de la population devant les gigantesques engins américains de forage , le déracinement des hommes chassés de leurs oasis et obligés de travailler et vivre dans des campements de misère, la disqualification de savoirs et savoir-faire ancestraux au profit de la « modernité ».

Le désespoir, la tristesse et l'errance des êtres aussi bien que la désagrégation du système social témoignent de la tragédie qui a frappé les individus et les a transformés en simples travailleurs asservis et consommateurs.

La révolution verte dans l'Inde autarcique et ses conséquences désastreuses sur l'environnement et la société rurale frappe aussi par cette transformation de paysans autonomes en consommateurs dépendants.

L'introduction de l'agriculture intensive a consisté en l'usage massif des OGM (Organismes génétiquement modifiés souvent stériles) et des insecticides pour améliorer le rendement des cultures.

Dans cette nouvelle agriculture, les paysans ont perdu l'autonomie qu'ils avaient de récupérer les graines à semer pour l'année suivante et sont devenus « accros » aux produits chimiques et à un tas d'autres artifices.

Les difficultés à rembourser leurs dettes et à subvenir à leurs besoins et ceux de leurs familles (sans parler de dégager des bénéfices) ont poussé des dizaines de milliers de paysans indiens à se suicider dans les années 1990 et 2000. ▶▶

VOTRE HÉBERGEMENT TOMBE DU CIEL

AVEC

HeberFacile

Hébérgement web mutualisé

Serveurs dédiés

Noms de domaine

Certificats SSL

WWW.HEBERFACILE.COM

hébergement web professionnel au Maroc

Route de nouaceur, Technopark 3eme étage
Bureau N°304
Casablanca

Télephone: 05 22 50 01 05
Fax: 05 22 50 01 06
Email: contact@heberfacile.com

» Le thé ou l'électricité !

Le film de Jérôme LE MAIRE « le thé ou l'électricité »[1] raconte l'électrification d'un village isolé du Haut-Atlas marocain et décrit le périple des villageois d'IFRI qui voulaient construire une route pour désenclaver leur village et qui se sont retrouvés en face d'un interlocuteur d'une entreprise privée qui leur garantissait que la « lumière » leur sera offerte moyennant des espèces sonnantes et trébuchantes.

L'offre de l'électrification d'IFRI a créé une demande de toute pièce, a amplifié les pressions sociales, a divisé les villageois (entre ceux qui voulaient négocier collectivement les prix et ceux qui s'y soumettaient).

Les plus pauvres, souvent les plus lucides, se sont trouvés contraints de vendre leurs moyens de subsistance pour introduire la « lumière » dans leurs maisons.

La route tant convoitée, synonyme d'un double flux entre le village et la « ville », a cédé la place à un flux à sens unique précipitant les villageois dans le monde sans fin de la publicité et de la consommation.

Le lien entre ces trois mondes, trois époques et trois histoires, à mon avis, est le paradoxe suivant : un progrès technique qui aboutit à la perte de l'autonomie de subsistance des individus ou des groupes sociaux. Alors, le progrès technique est-il une calamité, une nécessité ou une chance ?

» Progrès technique et autonomie du système productif

Il me semble que le progrès technique ne peut être appréhendé qu'à travers le prisme politique de l'autonomie du système productif. Le progrès, synonyme de modernité/science/technologie, est lié historiquement à la mutation de l'Europe de la Renaissance et l'introduction de la rationalité mathématique dans les domaines productifs et administratifs.

En parallèle de cette rationalité, il y a eu l'idée d'une nation et d'un nationalisme qui tendent à faire progresser la société et les individus de façon endogène et autonome. Dans le cas de la France par exemple, Napoléon généralisa l'économie dirigée à la Colbert, unifia la langue de l'enseignement du pays, développa une bureaucratie méritoire, créa un marché national et orienta la science vers les sciences appliquées au service de la production (Abdellah LAROUI, le Concept de l'Etat).

L'Angleterre est un autre exemple. L'Aristo-bourgeoisie régnante créa un marché intérieur en réservant tout commerce avec le pays aux navires britanniques, agrandit les propriétés agricoles en interdisant le glanage aux paysans, draina ainsi ces derniers vers les manufactures des villes et mit en œuvre des innovations techniques (machine à vapeur, métier à tisser) et organisationnelles (division du travail) qui augmentent la production agricole et industrielle (P-N Giraud & T. Weil, L'industrie française décroche-t-elle ?).

En Arabie, en Inde et Au Maroc, les individus et les groupes sociaux subissent un progrès technique venu d'ailleurs, imposé par un marché global en l'absence d'une politique nationale voire nationaliste qui pourrait rendre ce progrès endogène soit via l'éducation, la production ou les services publics.

Le bénéfice du progrès technique ne peut être réel que quand il touche d'abord la sphère de la production avant la sphère du marché.

La rationalité méthodique de la Modernité ne peut remplacer le recours systématique à la Tradition que si elle garantit aux individus et aux sociétés cette autonomie à résoudre leurs problèmes tout seuls comme des grands !

TWEET

• La Fédération des technologies de l'information, des telecoms et de l'offshoring renouvelle ses instances le 8 janvier prochain. Quatre candidats briguent la présidence et la vice-présidence de la Fédération :
le duo Amine Mounir Alaoui (CBI) et Chakib Rifi (DataPlus) et le binôme Hicham Amadi (2WIs) et Othman Serraj (Bull).

CAPTUREZ PLUS D'ACTIONS

AVEC NOKIA SMART CAMERA
NOUVEAUX NOKIA LUMIA 625 ET 925

NOKIA LUMIA 925

NOKIA LUMIA 625

Windows Phone

NOKIA

TM & © 2013 Nokia. All rights reserved. © 2013 Microsoft Corporation. All rights reserved.

Forfaits Mobiles Entreprises

Offre de bienvenue

Forfait 4 H

=

4 H + 8 H de bonus offert

bonus valable 3 mois

120 DH HT/mois*

Rejoignez **inwi** tout en gardant votre numéro

* Promotion valable jusqu'au 31/01/2014

SOLUTIONS ENTREPRISES | inwi™